

1. Record Nr.	UNIPARTHENOPE000035888
Autore	Gabrielli, Veronica
Titolo	L' importanza della coerenza nella comunicazione di brand in contesti eccezionali [risorsa elettronica] : una ricerca durante la pandemia / Veronica Gabrielli
Pubbl/distr/stampa	Milano, : Angeli, 2021
Titolo uniforme	L' importanza della coerenza nella comunicazione di brand in contesti eccezionali
ISBN	978-88-351-3271-4
Descrizione fisica	1 testo elettronico (138 p. : ill.)
Collana	Economia. Ricerche ; 1264
Disciplina	659.1130945
Collocazione	EBOOK
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Risorsa elettronica
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Indice del libro free access: (http://digital.casalini.it/9788835132714)
Sommario/riassunto	In un periodo di carattere straordinario come quello generato dalla pandemia da virus Sars-Covid 19 è preferibile che le imprese utilizzino una comunicazione sorprendente e inedita, benché incongruente con l'immagine pregressa del brand, o nonostante la condizione di eccezionalità rimane più premiante la condotta dei brand coerenti nel tempo? La ricerca riportata nel libro muove da questo quesito di fondo e si articola in due fasi. La prima, di natura descrittiva, analizza 975 pubblicità apparse in Italia nel primo anno di pandemia ed offre un quadro dei principali contenuti sollecitati in differenti veicoli (quotidiani versus periodici), nei tre sotto-periodi (prima ondata, tregua estiva e seconda ondata) e nelle diverse categorie merceologiche. La seconda fase analizza i risultati di uno studio condotto su un campione di 777 consumatori italiani teso a verificare il modello di mediazione moderata ipotizzato, che riassume la relazione fra coerenza nella comunicazione di brand, pertinenza della comunicazione rispetto al contesto emergenziale e reazioni del consumatore in termini valutativi e comportamentali. I risultati vengono discussi per il contributo offerto in termini teorici, inserendosi nell'ambito delle teorie di elaborazione delle informazioni congruenti ed incongruenti, e per le implicazioni manageriali in termini di comunicazione integrata d'impresa. Le evidenze ottenute in contesto di eccezionalità conferiscono robustezza

ai modelli ipotizzati e suggeriscono riflessioni dal respiro più ampio rispetto al periodo dell'emergenza sanitaria.
